

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN  
(Studi Kasus Pada Bengkel Mobil Montecarlo Group Surakarta)**



**SKRIPSI**

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun oleh:

**SANDY DAMARA PUTRA**

**B 100110173**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
2015**

## HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul:

**“ PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN  
(Studi Kasus Pada Bengkel Mobil Montecarlo Group Surakarta)”**

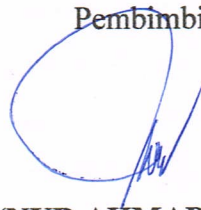
Yang ditulis oleh :

**SANDY DAMARA PUTRA**  
**B 100 110 173**

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 10 Juli 2015

Pembimbing



**(NUR AHMAD, SE, Msi)**

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



**( Dr. TRIYONO, SE., M.Si )**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417**  
**Surakarta – 57102**

---

**PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **SANDY DAMARA PUTRA**

NIRM : **11.6.106.02016.500173**

Jurusan : **MANAJEMEN**

Judul Skripsi : **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Kasus Pada Bengkel Mobil Montecarlo Group Surakarta)”**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 10 Juli 2015

Yang membuat pernyataan,



**(SANDY DAMARA PUTRA)**

## **MOTTO**

**“Manusia tidak dituntut untuk terhormat dihadapan manusia tapi dihadapan Allah”**

**(Al Qur'an dan Hadist)**

**“ATTITUDE CHANGE EVERYTHING”**

**(Penulis)**

**“Bermimpilah setinggi langit, jika engkau jatuh engkau akan jatuh di antara bintang-bintang”**

**(Soekarno)**

**“Setiap usaha harus didampingi dengan Doa”**

**(Penulis)**

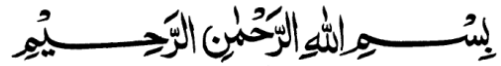
**“Bukan kurangnya bakat atau tidak adanya modal yang menghalangi kita dari sukses, tapi tidak cukupnya keberanian”**

**(Lis sulastris)**

**“Lakukan apapun yang kamu sukai, jadilah konsisten, dan sukses akan datang dengan sendirinya”**

**(Zero)**

## PERSEMBAHAN



Karya tulis ini saya persembahkan untuk:

1. Allah SWT atas segala nikmat, rahmat, dan hidayah-Nya.
2. Nabi Muhammad SAW, sholawat dan salam selalu tercurah kepada Beliau.
3. Ayah dan Ibu tercinta Bapak Muhammad Umar Rosyidi dan , Ibu Anisyah yang telah memberikan kasih sayang, cinta, pengorbanan, dukungan, kebahagiaan dan do'a yang tiada henti dalam menggapai impianku dan menyelesaikan tugas akhir ini.
4. Adikku Muhammad Abdul Azis D dan Muhammad Fachry Al-Haqqi yang selalu mendukungku dan memberi semangat dalam banyak hal, aku sayang kalian.
5. Keluarga besar kami yang tercinta, terima kasih atas dukungan dan nasihatnya serta doanya.
6. Bapak Nur Ahmad, SE, MSi. yang selalu sabar dan senantiasa memberikan bimbingan serta arahan dalam proses penulisan skripsi.
7. Teman-teman Ekonomi Manajemen angkatan 2011, terutama anak kelas F semoga sukses selalu di jalan kita semua.
8. Teman-temanku **“Eleven Explore”** Ainur Rofiq R, Akadusyifa, Bagus Pebrianto R, Chandra Rahmita H, Dody Ridwan Y, Edi Wibowo, Faisal Dwi N, Gilang Adiakso, Moch. Riza Z, Nurul Arafat, Sandy Damara P, Yahya S, dan Yusroni Akhmad S. Terima kasih telah menjadi keluarga keduaku dan menjadi teman saat trip kemana-mana.

9. Teman-teman bengkel motor klasik dan kustom terus berkarya dan berkreasi kawan.
10. Teman-teman yang di Klaten dan Solo, semoga kita jadi orang yang berguna dan sukses selalu.
11. Teman-teman SD, SMP, dan SMA yang di Klaten dan Solo semoga kita jadi orang sukses semua.
12. Sepeda motor Honda C-70 ku walaupun lajumu pelan tapi kau selalu mengantarkanku kemanapun aku mau dengan selamat. Salam Klasikisme.
13. Terima kasih buat laptop ku dan flashdisk, sudah membuatkan aku hasil skripsi yang luar biasa.

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Alhamdulillah, puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah, serta inayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Kasus Pada Bengkel Mobil Montecarlo Group Surakarta)”**.

Skripsi ini disusun dengan maksud untuk memenuhi salah satu syarat dalam rangka menyelesaikan program pendidikan Strata 1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta. Selama penyusunan skripsi ini telah banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, untuk itu tidak lupa penulis ucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Triyono, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. Anton Agus Setyawan, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Nur Ahmad, S.E, M.Si., selaku Pembimbing skripsi yang dengan sabar dan tulus memberikan banyak masukan, arahan, bimbingan dan meluangkan waktu kepada penulis dalam penulisan demi kemajuan skripsi penulis.
4. Bapak Edi Purwo Saputro, S.E., M.Si., selaku Pembimbing Akademik yang dengan sabar dan tulus memberikan banyak masukan, arahan, dan bimbingan.

5. Seluruh Dosen dan para Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberi bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa studi.
6. Ayah dan Ibu serta adik yang telah banyak memberikan bantuan baik materil dan moril sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan dan penulisan skripsi ini.
7. Teman-teman Manajemen angkatan 2011 yang telah memberikan sebuah persahabatan dan kerja sama yang baik selama menjadi mahasiswa/jurusan manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
8. Seluruh karyawan Montecarlo Group Surakarta yang telah membantu penulis dalam pengambilan data dan penelitian yang dibutuhkan dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan ini masih jauh dari sempurna, maka penulis sangat berterima kasih apabila di antara pembaca ada yang memberikan saran atau kritik yang membangun guna memperluas wawasan penulis sebagai proses pembelajaran diri.

***Wassalamu'alaikum Wr. Wb***

Surakarta, 10 Juli 2015

Penulis

**(SANDY DAMARA PUTRA)**



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iii
MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR GRAFIK.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
ABSTRAKSI.....	xvi
ABSTRACT .....	xvii
BAB I     PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	3
C. Tujuan Penelitian.....	3
D. Manfaat Penelitian.....	4
BAB II     TINJAUAN PUSTAKA .....	5
A. Kualitas Pelayanan.....	5
B. Pemasaran Jasa .....	7
C. Kepuasan Pelanggan .....	9

	D. Penelitian Terdahulu .....	12
	E. Kerangka Pemikiran .....	14
	F. HIPOTESIS .....	15
BAB III	METODE PENELITIAN .....	16
	A. Desain Penelitian .....	16
	B. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling .....	16
	C. Jenis dan Sumber Data.....	17
	D. Definisi Operasioal dan Pengukuran Variabel .....	18
	E. Teknik Pengumpulan Data .....	19
	F. Metode Analisis Data .....	19
	1. Uji Kualitas Data .....	19
	2. Uji Asumsi Klasik.....	20
	3. Analisis Regresi Berganda .....	22
	4. Uji Hipotesis .....	23
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	26
	A. Deskripsi Montecarlo.....	26
	B. Hasil Analisis Data .....	31
	1. Uji Kuesioner .....	31
	2. Uji Asumsi Klasik.....	35
	3. Analisis Model Penelitan .....	38
	C. Pembahasan .....	43
BAB V	PENUTUP .....	47
	A. Kesimpulan.....	47

B. Saran .....	48
C. Keterbatasan Penelitian .....	50
DAFTAR PUSTAKA .....	51
LAMPIRAN.....	53

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Tangible (X1) .....	32
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Variabel Reliability (X2) .....	32
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Variabel Responsiveness (X3) .....	33
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Variabel Assurance (X4) .....	33
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Variabel Empathy (Y) .....	34
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) .....	34
Tabel 4.12	Hasil Uji Reliabilitas .....	35
Tabel 4.8	Hasil Multikolinieritas .....	39
Tabel 4.10	Hasil Uji t .....	41

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Konsep Kepuasan Pelanggan .....	12
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran .....	14
Gambar 4.1	Fasilitas Spoorring .....	27
Gambar 4.2	Fasilitas Spareparts .....	28
Gambar 4.3	Fasilitas Accessories dan Variasi .....	29
Gambar 4.4	Fasilitas Body repair .....	29
Gambar 4.5	Fasilitas Painting .....	30

## DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1	Uji Normalitas.....	36
Grafik 4.2	Uji Heteroskedastisitas .....	38

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner.....	53
Lampiran 2 SPSS .....	57
Lampiran 3 (Hasil Analisis SPSS) .....	65

## ABSTRAKSI

Tujuan dalam penelitian ini adalah menganalisis pengaruh *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Mobil Montecarlo Group Surakarta. Menganalisis Kualitas Pelayanan (*tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Mobil Montecarlo Group Surakarta.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang menggunakan jasa di Bengkel Mobil Montecarlo Group Surakarta, sedangkan sampel yang digunakan sebanyak 50 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Convenience Sampling*. Alat analisis yang digunakan adalah uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji koefisien determinasi ( $R^2$ ), uji F (Uji Ketepatan Model) dan uji t (Uji Hipotesis).

Berdasarkan hasil analisis data diketahui variabel *tangible* tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan, artinya semakin rendah nilai persepsi konsumen terhadap *tangible*, maka akan semakin lemah dorongan konsumen untuk melakukan kepuasan pelanggan. Variabel *reliability* tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan, artinya semakin rendah nilai persepsi konsumen terhadap *reliability*, maka akan semakin lemah dorongan konsumen untuk melakukan kepuasan pelanggan. Variabel *responsiveness* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan, artinya semakin tinggi nilai persepsi konsumen terhadap *responsiveness*, maka akan semakin kuat dorongan konsumen untuk melakukan kepuasan pelanggan. Variabel *assurance* tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan, artinya semakin rendah nilai persepsi konsumen terhadap *assurance*, maka akan semakin lemah dorongan konsumen untuk melakukan kepuasan pelanggan. Variabel *empathy* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan, artinya semakin tinggi nilai persepsi konsumen terhadap *assurance*, maka akan semakin kuat dorongan konsumen untuk melakukan kepuasan pelanggan. Nilai *R square* ( $R^2$ ) diperoleh sebesar 0,205. Hal ini berarti bahwa variasi perubahan variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel *tangible* ( $X_1$ ), *reliability* ( $X_2$ ), *responsiveness* ( $X_3$ ), *assurance* ( $X_4$ ) dan *empathy* ( $X_5$ ) sebesar 20,5%. Sedangkan sisanya sebesar 79,5% dijelaskan atau dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal selain variabel independen dalam regresi.

Kata Kunci : kualitas layanan, *tangible* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (kepedulian), kepuasan konsumen.



## ABSTRACT

The aim in this study was to analyze the effect of tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy towards satisfaction Pelannggan on Car Repair Montecarlo Group of Surakarta. Analyze the Quality of Service (tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy towards customer satisfaction at Montecarlo Car Repair Group of Surakarta.

The population in this study are all consumers who use the services in Montecarlo Car Repair Group of Surakarta, while the samples used by 50 respondents. The sampling technique used is the Convenience Sampling. The analysis tool used is normality test, multicollinearity, heteroscedasticity test, test the coefficient of determination ( $R^2$ ), F test (Test Accuracy Model) and t test (Test of Hypothesis).

Based on the results of data analysis known variables are not tangible and not significant positive effect on customer satisfaction, which means that the lower the consumers' perception of tangible value, the more weak urge consumers to conduct customer satisfaction. Variable reliability no positive effect and no significant effect on customer satisfaction, which means that the lower the value of consumer perceptions of reliability, it will be increasingly weaker urge consumers to conduct customer satisfaction. Variable responsiveness and no significant positive effect on customer satisfaction, meaning that the higher the value of consumers' perception of responsiveness, the more powerful the urge consumers to conduct customer satisfaction. No assurance variables and no significant positive effect on customer satisfaction, which means that the lower the value of consumers' perception of assurance, it will be increasingly weaker urge consumers to conduct customer satisfaction. Empahty variables and no significant positive effect on customer satisfaction, which means that the steeper the value of consumers' perception of assurance, the more powerful the urge consumers to make satisfaction pelanggan. Nilai  $R$  square ( $R^2$ ) obtained at 0.205. This means that the variation of the variable changes in the purchasing decision can be explained by tangible variables ( $X_1$ ), reliability ( $X_2$ ), responsiveness ( $X_3$ ), assurance ( $X_4$ ) and empathy ( $X_5$ ) of 20.5%. While the remaining 79.5% is explained or influenced by external factors other than the independent variables in the regression.

Keywords: quality of service, tangible (physical evidence), reliability (reliability), Responsiveness (responsiveness), assurance (guarantee), empathy (Awareness), consumer satisfaction.